

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ: СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Шевченко М. М., Друз'яка Т.О

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Інноваційна діяльність є основою розвитку та конкурентоспроможного функціонування на ринку підприємства. Кожне підприємство намагається налаштувати інноваційні процеси задля продуктивного використання ресурсів та помноження наукового здобутку підприємства. Саме інноваційний потенціал визначає готовність підприємства до інноваційної діяльності.

Аналізуючи поняття, які вже було запропоновано, інноваційний потенціал визначають як сукупність ресурсів необхідних для інноваційної діяльності, або як міру готовності підприємства до неї. Компонентами інноваційного потенціалу визначають: кадрову, інформаційно-методологічну, матеріально-технічну, організаційно-управлінську, фінансову та науково-технологічну складові. Як можна зазначити, інноваційний потенціал – це комплексний показник ресурсозабезпеченості підприємства для виконання завдань пов'язаних з інноваційною діяльністю.

Існує багато підходів до оцінки цих компонентів. Цілий ряд показників за допомогою яких можна оцінити міру готовності та забезпечення ресурсами підприємства для інноваційної діяльності у числовому вимірі. Наприклад, показник винахідницької активності, який характеризує здатність до генерації нових знань (технічних і технологічних рішень), які можуть стати основою інновацій, показник освітнього рівня, показник оновлення знань та обсягу інформації. Після оцінки показників рекомендують порівняти їх зі значенням конкурентів, які працюють на даному ринку та в динаміці.

Важливим є те, що підприємства мають приділяти увагу як матеріальним ресурсам та розвитку технологічної бази, так і розвитку нематеріальних ресурсів, таких як людський капітал, інформаційне забезпечення та власні наукові здобутки. Результати інноваційної діяльності в наступному стають нашими ресурсами.

Кожен компонент інноваційного потенціалу так чи інакше є знанням. Тобто генерування знань на базі існуючих знань та подальша їх передача. Розвиваючи власні знання та передаючи їх на ринок, підприємство стимулює до розвитку інші підприємства та розвиток галузі загалом. Так і з іншого боку, коли конкуренти випускають нові технології, це стимулює до технологічного розвитку підприємство задля підтримання конкурентоспроможності. Відповідно до виду знань підприємство може налаштувати ефективне використання їх та розуміння щодо їх особливостей.

Саме ресурсозабезпеченість підприємства надає споживачам впевненість в стабільності та розвитку виробника. Тобто підприємствам необхідно передавати знання до кінцевих споживачів задля отримання прибутку та формувати зв'язок таким чином, щоб споживач отримував знання як в матеріальному так і нематеріальному видах в повному обсязі задля комерціалізації винаходів підприємства.